

# **PAMERAN DI SURABAYA**

**(STUDI TENTANG PELAKSANAAN PAMERAN MULTIPRODUK  
OLEH CITRA PAMERINDO SURABAYA)**

## **TUGAS AKHIR**



*Fis PW 04/06*

*Roh  
P*

**OLEH :**

**HESTIRISKARAHAYU**

**NIM : 070110786-S**

**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
S U R A B A Y A**

**Semester Ganjil Tahun 2003/2004**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah disetujui untuk diujikan

Pada tanggal 11 Januari 2005

Dosen Pembimbing :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Edwin Fiatiano' with a stylized flourish at the end.

Edwin Fiatiano, S.Sos, M.Si  
NIP. 132208716

## ABSTRAK

Pameran telah dipandang oleh sebagian masyarakat Indonesia sebagai media informasi yang secara transparan dapat mengenalkan sekaligus memamerkan produk-produk baik yang beredar di masyarakat maupun produk-produk baru yang akan dikenalkan kepada masyarakat luas. Namun dewasa ini, pameran yang diselenggarakan oleh perusahaan jasa penyelenggara pameran tidak hanya memamerkan produk yang sejenis dan produk yang telah dikenal oleh masyarakat. Namun beberapa perusahaan jasa tersebut telah menyelenggarakan pameran yang memuat berbagai jenis produk atau biasa yang disebut dengan pameran multiproduk.

Selain memamerkan produk elektronik, otomotif, kebutuhan rumah tangga, pameran multiproduk juga memamerkan produk-produk daerah yang layak dijual di tengah masyarakat sebagai pengenalan dan pengembangan potensi wisata suatu daerah.

Pelaksanaan pameran oleh perusahaan jasa penyelenggara pameran sudah seharusnya dikerjakan secara serius dan profesional sebab kegiatan tersebut selain menyangkut kepuasan *exhibitor* sebagai peserta pameran juga melibatkan masyarakat sebagai konsumen kedua. Konsumen merupakan individu yang memberikan penilaian dalam bentuk kepuasan sebuah pelayanan suatu perusahaan jasa yang akan menyangkut kualitas dari kinerja perusahaan jasa tersebut.

Pelaksanaan pameran multiproduk oleh Citra Pamerindo, sama halnya dengan pelaksanaan pameran satu jenis produk yang telah biasanya diselenggarakan. Namun dalam hal ini bedanya, membutuhkan lebih banyak tenaga kerja, peralatan dan luasnya lahan. Pameran multiproduk biasanya membutuhkan lahan kurang lebih seluas 2 Ha dan sedikitnya 20 tenaga kerja di kantor dan di lapangan. Sama halnya dengan pelaksanaan pameran biasanya, pameran multiproduk dalam pelaksanaannya membutuhkan persiapan yang diantaranya menyiapkan judul pameran, pengurusan izin selama berlangsungnya pameran, penentuan lokasi dan *lay-out* pameran, pembangunan stand dan pengorganisasian oleh sekelompok individu selama pameran dilaksanakan.